

Религиозные представители со всех континентов, осознавая происходящие в мировом сообществе всевозможные негативные процессы (религиозный экстремизм и терроризм), считают, что назрела необходимость диалога между «лидерами мировых и традиционных религий, построенного на основе доверия и взаимопонимания».

Решение совместных задач в этом направлении откроет широкие перспективы для международного сотрудничества, будет способствовать их преодолению и обеспечению толерантного мира и прогресса для всего человечества, «сохранению стабильности в обществе, как основы гармоничного мира в будущем».

В нашем зыбком мире сегодня политики и религиозные лидеры стремятся объединить усилия представителей разных стран и конфессий на преодоление вызовов и угроз нового века, призывают поддерживать диалог религий и цивилизаций, направленный на улучшение взаимопонимания и уважения во всем мировом сообществе.

Религия как социально-историческое явление приобретает особое значение и ей отводится особая роль в формировании мировоззрения, духовных потребностей и интересов, совершенствования культуры общения, укрепления дружбы народов.

Сегодня проведение встреч лидеров мировых и традиционных религий позволяет нашей стране еще раз продемонстрировать пример межнациональной, межэтнической и межконфессиональной консолидации, что очень важно в развитии глобального процесса диалога культур, религий и цивилизаций.

Zagórska K.
Poznań, Polska

STRATEGIE KOMUNIKACYJNE W MEDIACH RELIGIJNYCH NA PRZYKŁADZIE POLSKICH I ROSYJSKICH ROZGŁOŚNI RADIOWYCH

Zjawiskiem interesującym dla badaczy różnych dyscyplin wydaje się rozwój mediów wyznaniowych oraz środków językowych,

stosowanych w komunikacji religijnej. Przedmiotem analizy uczyniono strategię komunikacyjne widoczne w działaniach tak sprofilowanych mediów. Uwzględniono aksjologizację, autoprezentację, ewangelizację i budowanie relacji. Ich aspekty zostaną omówione na przykładzie rozgłośni radiowych za pomocą narzędzi interdyscyplinarnych, głównie pragmalingwistycznych. Analiza przekazu polskich i rosyjskich stacji ilustruje uniwersalność podejmowanych zagadnień. Specyfikę programowych oraz pozaprogramowych inicjatyw nadawców potwierdza opis zachowujący konteksty międzykulturowe, jak też międzyreligijne. Artykuł stanowi próbę charakterystyki strategii komunikacyjnych ze wskazaniem jej najważniejszych narzędzi, między innymi dzięki szerszemu ujęciu przedmiotu badań niż wartościowanie w języku. Podkreślona zostanie różnorodność tematyki, form gatunkowych, sposobów wypowiedzi, a przede wszystkim działań programowych i pozaprogramowych, w które wpisują się współpraca z otoczeniem oraz akcje społeczne (inicjowane, promowane, przedstawiane). Strategia aksjologizacji w mediach wyznaniowych odwołuje się do takich wartości, jak dobro, prawda, piękno, jednak przede wszystkim do zasad chrześcijańskich. Może przygotowywać do przyjęcia treści preewangelizacyjnych i religijnych, jak też je finalizować bądź podsumowywać, przekonując odbiorców do zaangażowania społecznego (np. działań pro publico bono, inicjatyw kulturalnych, edukacji medialnej).

Zalazińska A., Przyczyna W.
Kraków, Polska

OBRAZ MARYI I BOGA W POLSKICH, KATOLICKICH PIEŚNIACH MARYJNYCH

Celem referatu będzie uwidocznienie obrazu Maryi i Boga w polskich, katolickich pieśniach maryjnych. Problemem, który nas nurtuje, jest to, co dominuje w obrazie Maryi i w obrazie Boga, jak postaci te się jawią, czy analizowane przedstawienia się uzupełniają,